

SEMAINE DE MODE FASHION WEEK MONTRÉAL

EN COLLABORATION AVEC *P&G*beauté

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

LA 18^e SEMAINE DE MODE DE MONTRÉAL REMPORTE UN SUCCÈS RETENTISSANT ET CONFIRME LA POSITION DU *LEADING DESIGN*

Montréal, le 15 mars 2010 – C'est éblouis et ravis que public et organisateurs de la Semaine de mode de Montréal (SMM) ont applaudi, alors que le travail d'une sélection incomparable de designers a embrasé les passerelles de la 18^e édition la SMM, qui s'est déroulée du 1^{er} au 4 mars 2010. Pendant quatre jours, la capitale de la mode au Canada a été submergée par une vague ininterrompue de créations de *Leading Design*, qui a su satisfaire l'appétit des plus exigeants de l'industrie en matière de créativité et d'innovation. La SMM est véritablement devenue le rendez-vous incontournable de la mode!

Au total, une foule imposante de 22 000 visiteurs s'est pressée au Marché Bonsecours du Vieux-Montréal pour admirer la crème de la crème du design de mode au Canada. Ils ont pu voir 25 collections défilé sur les passerelles, 50 collections en montre dans le cadre du *Showroom* et 20 collections présentées dans le quartier Chabanel du vêtement. Le calibre et l'envergure des activités tenues lors de cette 18^e édition en font la plus réussie à ce jour, avec un succès au-delà de toute attente!

LA SMM FAIT SA MARQUE DANS L'UNIVERS DU DESIGN DE MODE


Montréal représente l'un des plus importants marchés du vêtement en Amérique du Nord, troisième seulement après New York et Los Angeles. La croissance et le succès durables de la Semaine de mode de Montréal renforcent cette position prestigieuse. De plus, le savoir-faire des organisateurs de l'événement, ainsi que la collaboration des designers et des commanditaires partenaires procurent à la SMM un avantage concurrentiel en matière de créativité et de commercialisation dans un domaine dynamique sur la scène internationale.

Par ailleurs, le *Showroom* a une fois de plus prouvé sa valeur inestimable en permettant aux designers participants d'établir et de consolider des relations d'affaires avec des acheteurs provenant des quatre coins de la planète. Sa nouvelle formule, avec ses six catégories distinctes et les guides désignés pour aider les visiteurs à optimiser leur temps, a remporté un immense succès et sera donc répétée lors des prochaines éditions. La SMM désire remercier le MDEIE pour son soutien et sa collaboration continue, qui ont permis la tenue du *Showroom*.

Grâce au travail de plus de 200 employés, dont des maquilleurs, des stylistes et des coiffeurs, ainsi qu'à la collaboration de bénévoles extraordinaires d'une école de mode, les 25 designers faisant défilé leur collection et les 50 designers prenant part au *Showroom* ont pu en mettre plein la vue lors de cette 18^e SMM.

*P&G*beauté

Québec 

Bureau de la mode
Montréal 

TOURISME
Montréal



Rowenta Rowenta

Crest

« À la suite de l'immense popularité de l'événement cette année, nous avons accueilli un volume imposant de visiteurs, ce qui a entraîné des retards pour certains défilés. Nous avons déjà commencé à prendre des dispositions pour la prochaine édition de la Semaine de mode de Montréal. Nous sommes d'une certaine façon victimes de notre succès », commente M. Daviau, coprésident de Sensation Mode.

LA 18^e SMM DÉCLENCHÉ UN VÉRITABLE TOURBILLON MÉDIATIQUE!

Il semble que les médias sont fous de la SMM, et cette 18^e édition n'a assurément pas fait exception! La fraîcheur et l'innovation qui ont enthousiasmé les représentants des médias se sont traduites par plus de 220 mentions, dont 94 articles dans la presse écrite, 25 mentions à la radio et 31 reportages télévisés, sans compter l'immense couverture médiatique sur le Web! En fait, plus de 300 visiteurs de la 18^e SMM étaient des membres de la presse accrédités. De plus, le site Web de la SMM (www.semainedemontreal.ca) a reçu plus de 5 000 visites en une seule semaine, avec des visiteurs du Canada, de la France, des États-Unis et de l'Allemagne.

LA SMM : UNE PRÉSENCE INTERNATIONALE

La magie et l'envoûtement de la 18^e FMM lui ont valu des visiteurs provenant des quatre coins du globe, notamment un journaliste du groupe Condé Nast, le très chic magazine *French* et le célèbre site Web *Fashion Windows*. Ajoutant à la portée de son retentissement sur la scène internationale, la Semaine de mode a annoncé au cours de sa 18^e édition un prestigieux partenariat avec la Japan Fashion Week! Au cours des dernières années, Sensation Mode a tissé des liens solides avec la capitale nipponne en collaborant étroitement avec les créateurs de tendances du Japon. « Dès nos premières discussions, nous avons été séduits par l'effervescence du milieu de la mode au Japon, et la convergence de nos valeurs créatives était flagrante. Pour nous, les designers japonais sont une véritable source d'inspiration, tant par la qualité de leurs créations, que le choix des matériaux employés dans leurs collections », explique M. Daviau. Cette prestigieuse collaboration confirme une fois de plus la position éminente de la Semaine de mode de Montréal à l'échelle internationale.

NOS PARTENAIRES

La 18^e édition de la Semaine de mode de Montréal, réalisée par Sensation Mode (www.sensationmode.com) est rendue possible grâce au soutien précieux de son partenaire majeur, P&G Beauté, de même qu'à celui de Rowenta, de Rowenta Beauty, du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE), du ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire du Québec (MAMROT), du Bureau de la mode de Montréal, de Tourisme Montréal, de la Société de développement commercial du Vieux-Montréal (SDC Vieux-Montréal) et d'Affaires étrangères et Commerce international Canada.

Instaurée en 2001, la Semaine de mode de Montréal est une initiative reconnue et approuvée par Liaison Mode Montréal (LMM), un regroupement d'associations se consacrant depuis 1998 à la promotion de la mode et de l'industrie du vêtement de Montréal sur la scène nationale et internationale, ainsi qu'au positionnement de Montréal à titre de centre de production et de création de premier plan en Amérique du Nord.

SENSATION MODE CÉLÈBRE DIX ANS DE PROMOTION DE LA MODE ET DU DESIGN

L'année 2010 marque le prestigieux 10^e anniversaire de Sensation Mode! À sa fondation en 2000, Sensation Mode était une petite entreprise avec une grande ambition : promouvoir la mode et le design sur la scène internationale. Après une décennie animée et chargée à bloc, Sensation Mode produit et présente de prestigieux événements de mode sur les scènes canadiennes et internationales. Elle a également signé de nouveaux concepts uniques tels que le Festival mode et design de Montréal, le Fashion Theatre (à Berlin, Tokyo, New York et Londres), ainsi que la Semaine de mode de Montréal, avec son concept du *Showroom*. Au cours des dix dernières années, les événements novateurs organisés par Sensation Mode sont devenus un portail de plus en plus visible pour la créativité et le talent des créateurs de mode. Ayant établi des partenariats dans les grandes villes du monde de la mode – Paris, Berlin et Tokyo –, Sensation Mode est fière d'occuper une place éminente parmi les chefs de file de la mode et du design en Amérique du Nord.

-30-

Source :

Sensation Mode

<http://www.semainemodemontreal.ca>

Pour renseignements :

Sophie Des Marais

514 234-4736

sophie.dm@sympatico.ca

Josiane Bétit

514 831-0276

jbetit@videotron.ca